

ABSTRAKSI

Studi tentang Persepsi dan Motivasi Orang Tua untuk memilih Sekolah Swasta SMU Syekh-Yusuf ini berawal dari perenungan betapa pentingnya konsumen dalam menepati posisi penting sebagai konsep pemasaran Modern. Permasalahan yang ingin dicermati melalui deskriptif ini meliputi dua hal utama yaitu : Bagaimana gambaran persepsi orang tua terhadap SMU Swasta Syekh-Yusuf dan Apa Motif Konsumen untuk mengambil keputusan dalam memilih Sekolah SMU Swasta Syekh-Yusuf.

Adapun tujuan yang ingin dicapai adalah tersusunnya deskripsi tentang persepsi dan motivasi orang tua terhadap SMU Swasta Syekh-Yusuf sehingga pihak Manajemen pemasaran studi ini menggunakan perhitungan Prosentase dengan menggunakan sampel total, sehingga dalam penarikan sampel diperoleh responden sejumlah 249 orang.

Dengan menggunakan Tabel Frekwensi, analisis dilakukan terhadap variabel dan indikator dan hasilnya digambarkan sebagai berikut :

- a. Persepsi konsumen yang digerakkan oleh pengaruh dari luar seperti Marketing Stimuli dan faktor internal konsumen berupa pengaruh psikologis menunjukkan bahwa Persepsi konsumen yang dalam hal ini orang tua untuk memilih Sekolah Swasta SMU Syekh-Yusuf.
- b. Motif konsumen digerakkan oleh keinginan dan kebutuhan konsumen untuk memperoleh kepuasan yang menunjukkan score yang cukup tinggi, dengan demikian hal ini berarti konsumen untuk memilih SMU Syekh-Yusuf sangat kuat.